

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE PSICOLOGIA



**O DUPLO APOIO ORGANIZACIONAL E A SATISFAÇÃO COM A VIDA
DOS TRABALHADORES TEMPORÁRIOS: O PAPEL MEDIADOR DO
DUPLO COMPROMISSO AFETIVO**

Maria Rebelo Bernardo Rodrigues

MESTRADO INTEGRADO EM PSICOLOGIA

**Área de Especialização em Psicologia dos Recursos Humanos, do Trabalho e das
Organizações**

2019

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE PSICOLOGIA



**O DUPLO APOIO ORGANIZACIONAL E A SATISFAÇÃO COM A VIDA
DOS TRABALHADORES TEMPORÁRIOS: O PAPEL MEDIADOR DO
DUPLO COMPROMISSO AFETIVO**

Maria Rebelo Bernardo Rodrigues

Dissertação orientada pela Professora Doutora Maria José Chambel

MESTRADO INTEGRADO EM PSICOLOGIA

**Área de Especialização em Psicologia dos Recursos Humanos, do Trabalho e das
Organizações**

2019

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais pela educação que me proporcionaram, pelos esforços que fizeram e por acreditarem em mim, sem vocês a minha formação acadêmica não seria possível. Obrigada pelo amor incondicional, por caminharem sempre do meu lado, e sobretudo, por quererem sempre o melhor para mim.

À minha família, especialmente aos meus irmãos e cunhado, e também aos meus sobrinhos, que fazem parte de mim. Obrigada por me acompanharem nesta etapa da minha vida, por acreditarem em mim e pela vossa paciência e carinho.

A ti David, pelo teu amor e paciência, pelo teu sentido de humor que me faz sempre rir. Obrigada por acreditares em mim, pela tua dedicação, apoio e carinho que me demonstras todos os dias.

Agradeço à professora Maria José Chambel e à professora Vânia Carvalho, pela disponibilidade, e por me terem apoiado e guiado na elaboração da minha dissertação. Muito obrigada!

Aos meus amigos e madrinha de faculdade, agradeço pelas conversas, pelo apoio, pelos momentos passados, e sobretudo pela vossa amizade. Obrigada por acreditarem em mim!

Aos meus colegas de faculdade, sem vocês o meu percurso académico não teria sido o mesmo. Obrigada por todos os momentos!

Por último, quero agradecer aos meus companheiros de “quatro patas”, ao Russo e ao Louie, apesar de um já não se encontrar entre nós. Fizeram parte desta grande etapa da minha vida. Obrigada pelo amor incondicional e por me encherem o coração sem ser preciso dizerem nada.

Índice

Resumo	iv
<i>Abstract</i>	v
1.Introdução	1
2.Enquadramento Teórico	2
2.1. Apoio Percebido da Organização por parte da Agência e da Empresa Cliente	2
2.2. Compromisso Organizacional por parte da Agência e da Empresa Cliente	4
2.3. Compromisso Afetivo	6
2.4. Bem-estar e Satisfação Geral com a Vida	7
2.5. Relação entre o POS e o Compromisso Afetivo	9
2.6. Relação entre o POS e a Satisfação com a Vida	11
2.7. Relação entre o Compromisso Afetivo e a Satisfação com a Vida	12
2.8. Compromisso Afetivo como mediador da relação entre o POS e a Satisfação com a Vida	13
3.Metodologia	14
3.1. Amostra e Procedimento	14
3.2. Medidas	15
3.3. Análise de Dados	16
4.Resultados	17
4.1. Análise Fatorial Confirmatória	17
4.2. Valores Médio, Desvio-Padrão e Correlações entre as Variáveis em Estudo	18
4.3. Modelo de Equações Estruturais	19
5.Discussão	21
5.1. Limitações e Direções Futuras	27
Referências Bibliográfica	28

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Análise Fatorial Confirmatória

Tabela 2 – Média, Desvio-Padrão (DP) e Correlações (r) entre as Variáveis em Estudo

Tabela 3 – Modelo de Equações Estruturais

Índice de Figuras

Figura 1 – Modelo de Mediação Parcial (coeficientes estandardizados)

Resumo

Os Trabalhadores Temporários de Agência têm uma relação de emprego dupla: uma com a agência que os contrata através de um contrato formal; e outra com a organização cliente onde desempenham funções. Esta dupla relação dos TAW, faz com que o seu Apoio Percebido também possua um carácter igualmente duplo, bem como o seu Compromisso Afetivo. O objetivo principal desta investigação é analisar o papel mediador do Compromisso Afetivo na relação entre o POS e a satisfação com a vida. Além disso, pretende analisar a relação dupla entre POS e CA, bem como a relação entre POS e satisfação com a vida. Este modelo foi testado numa amostra de 3857 trabalhadores temporários. Os resultados obtidos revelaram a relação entre POS Agência e CA Agência como sendo positiva e significativa, bem como entre POS Empresa Cliente e CA Cliente. Ainda, seguiram a linha de que o carácter duplo do POS e a Satisfação com a Vida se encontram positivamente relacionados. Mais, o CA medeia positivamente a relação do POS com a Satisfação Geral com a Vida, quer com a Empresa Cliente, quer com a Agência. O presente estudo direccionou a literatura referente à relação bidirecional entre POS e CA e o respetivo impacto na Satisfação com a Vida.

Palavras-chave: Trabalhadores Temporários de Agência (TAW), Apoio da organização percebido (POS), Compromisso Afetivo, Satisfação Geral com a Vida

Abstract

Temporary Agency Workers (TAWs) have a dual employment relationship: one with the agency that hires them through a formal contract; and another with the client organization where they perform their work. This dual relationship between TAWs means that their Perceived Support also has an equally dual character as well as their Affective Commitment. The main objective of this investigation is to analyze the mediating role of Affective Commitment in the relationship between POS and life satisfaction. In addition, it intends to analyze the dual relationship between POS and CA, as well as the relationship between POS and life satisfaction. This model was tested on a sample of 3857 temporary workers. The results revealed the relationship between POS Agency and CA Agency as positive and significant, as well as between POS Client and CA Client. They also followed the line that the dual character of POS and Life Satisfaction are positively related. In addition, CA positively mediates POS's relationship with General Satisfaction with Life, both with the Client and the Agency. The present study directed the literature regarding the bidirectional relationship between POS and CA and their impact on Satisfaction with Life.

Key-words: Temporary Agency Workers, Perceived Organizational Support, Affective Commitment, Satisfaction With Life.

1.Introdução

As modificações decorrentes da relação entre o trabalhador e a organização originou grandes alterações das características de emprego no decorrer dos últimos anos. Deste modo, para adaptarem-se aos diferentes compromissos laborais e à mudança económica, surgem as agências de trabalho temporário. Daqui emergem os Trabalhadores Temporários de Agência (TAW¹), pertencentes a esta categoria. Estes são definidos como indivíduos que estabelecem um contrato de emprego com uma organização - a agência de trabalho temporário, mas que o seu serviço é prestado noutra organização – a empresa cliente (Chambel, Castanheira & Sobral, 2014). Com o passar do tempo, tem-se verificado um aumento deste tipo de trabalho na Europa, motivado pelo propósito de alcançar maior competitividade (Connell & Burgess, 2002), de forma a que os trabalhadores possam ajustar-se de livre forma às exigências e às mudanças laborais colocadas pelo mercado. Em particular, certas características estão associadas, tipicamente, a trabalhadores temporários. Tais como, a redução dos custos através de salários e compensações mais baixas (Nollen, 1996), a possibilidade das despesas de formação e recrutamento recaírem sobre as agências de trabalho temporário (Connell & Burgess 2002; Nollen, 1996), e ainda, a redução dos custos de despedimento. Desta forma, e segundo Kalleberg (2000), os trabalhadores temporários apresentam um crescimento constante, e são uma força que merece reconhecimento. Isto pode ser explicado pelo facto de o trabalho temporário ser cada vez mais uma estratégia permanente das organizações para enfrentarem e adaptarem-se às constantes mudanças do mercado de trabalho.

Devido à dupla relação de trabalho dos TAW, torna-se, assim, importante investigar a perceção destes trabalhadores sobre a sua dupla relação de emprego, e da forma como ambas as organizações (agência e empresa cliente) o tratam (Benson, 1998; Lapalme, Simard & Tremblay, 2011). De acordo com estudos anteriores, que suportam

¹ O termo Trabalhadores Temporários de Agência é frequentemente designado por TAW na literatura, em virtude do termo em inglês, *Temporary Agency Worker*. Daqui em diante, as referências em relação a este tipo de trabalhadores far-se-ão com recurso à sigla TAW.

esta mesma investigação, verificou-se a existência de uma relação dupla e positiva entre apoio percebido (POS¹) e o compromisso afetivo.

No entanto, estes mesmos estudos não avaliaram a conexão entre a dupla relação e o bem-estar dos trabalhadores. Tal, apresenta-se como relevante uma vez que a experiência de se ser TAW é vista como sendo causadora de desgaste (Chambel & Farina, 2015). Adicionalmente, existem evidências significativas de que o compromisso afetivo atue como um preditor direto do bem-estar geral dos trabalhadores (Meyer & Maltin, 2010; Rivkin, Diestel & Schmidt, 2016), bem como uma dimensão atenuadora do impacto negativo dos stressores (Meyer & Maltin, 2010). Na mesma linha, Kumari & Afroz (2013) demonstraram a existência de uma relação significativa entre compromisso afetivo e satisfação com a vida. Deste modo, torna-se importante estudar o bem-estar destes trabalhadores, olhando particularmente para a dimensão de satisfação com a vida. Não obstante o que foi apresentado anteriormente, a literatura existente carece de investigações que avaliem a relação bidirecional entre POS e compromisso afetivo e o seu impacto no bem-estar geral dos TAW, nomeadamente na satisfação de vida. Este é, por sua vez, o foco desta investigação

2.Enquadramento Teórico

2.1. Apoio Percebido da Organização por parte da Agência e da Empresa Cliente

A Teoria do Suporte Organizacional incide sobre a relação social entre o trabalhador e a organização. Refere-se às crenças formadas pelos trabalhadores de que a organização valoriza a sua contribuição, e, se preocupa com o seu bem-estar (Shore & Shore, 1995). Estas crenças são determinadas com base na prontidão e na qualidade do tratamento, de que o colaborador é alvo, na retribuição pelo seu esforço despendido e na satisfação das suas necessidades socio-emocionais (Eisenberger, Huntington, Hutchison, & Sowa, 1986; Rhoades & Eisenberger, 2002). Este apoio por parte da organização sugere que os trabalhadores retribuam pelos tratamentos positivos recebidos pela organização, desenvolvendo atitudes e comportamentos mais favoráveis em relação a essa organização (Caesens, Stinglhamber, Demoulin & De Wilde, 2017).

Tem como *framework* teórico a Teoria da Troca Social (Blau, 1964) assente na norma da reciprocidade, na medida em que sustenta as relações de troca social. De acordo com esta teoria, são criados dois tipos de relações de troca por parte dos trabalhadores: as relações económicas e as relações sociais. As económicas envolvem trocas concretas de trabalho por recompensa financeira, como é o caso dos contratos de trabalho. As sociais envolvem trocas a nível emocional, neste caso socio-emocional, o que remete para o reconhecimento ou estima.

A Perceção de Apoio Organizacional (POS¹) caracteriza-se pela percepção ou opinião criada pelo trabalhador sobre a forma como a organização valoriza, reconhece e retribui o seu trabalho. De acordo com Eisenberger e col. (1986), o POS interfere nos processos psicológicos dos indivíduos, no sentido em que produz no trabalhador um sentimento de obrigação para atingir o bem-estar da organização e ajudá-la a atingir os seus objetivos, e a satisfação das necessidades socio-emocionais do trabalhador, através de respeito, aprovação e estima. Levam-no a incorporar o estatuto e valores da organização na sua identidade social, assim como, a reforçar as crenças dos trabalhadores de que a organização reconhece e recompensa o seu desempenho. Estes processos influenciam, de forma positiva, as atitudes e comportamentos dos trabalhadores, pois ao sentirem-se apoiados pela organização, mais atitudes e comportamentos positivos irão desenvolver (e.g., aumento da satisfação laboral, aumento do compromisso afetivo, aumento do desempenho e diminuição das intenções de saída), o que favorecerá, tanto o indivíduo como a organização (Rhoades, Eisenberger & Armeli, 2001; Rhoades & Eisenberger, 2002; Wayne, Shore & Liden, 1997).

A dupla relação dos TAW, faz com que o seu POS também possua um carácter duplo, diferenciado - o apoio percebido por parte da agência e o apoio percebido por parte da empresa cliente (Giunchi, Chambel & Ghislieri, 2015). Isto é, os TAW experienciam dois tipos de apoio, um para com a empresa que assinam o contrato, existindo assim, uma relação contratual, e o outro, para com a empresa que trabalham ou prestam serviços, uma relação a nível laboral.

¹ A sigla POS refere-se à designação de Perceção de Suporte Organizacional, onde na literatura se refere frequentemente ao termo em inglês, Perceived Organizational Support. Neste estudo irei fazer referência a este termo com recurso à sigla POS.

2.2. Compromisso Organizacional por parte da Agência e da Empresa Cliente

O compromisso organizacional (Carochinho, 1998) é um conceito multidimensional que tem vindo a adquirir múltiplas definições ao longo dos anos. A título de exemplo, Kanter (1968, citado por Costa, Cogollo e Tavera, 2010), o compromisso organizacional é visto como uma posição de lealdade e energia pessoal agregada aos padrões de comportamento social considerados normativos que revelam as necessidades dos trabalhadores. Outros autores definem-no como a força relativa com que o indivíduo se identifica e envolve com uma determinada organização (Porter & Smith, 1970). O conceito é particularmente relevante para os técnicos que trabalham diretamente com recursos humanos, uma vez que este se correlaciona negativamente com comportamento que traduzem o abandono da organização, nomeadamente *turnover* ou absentismo (Angle & Perry, 1981).

Não obstante a redundância e a própria multiplicidade de modelos e conceptualizações, emergem três dimensões transversais à definição do constructo: que o compromisso reflete uma relação afetiva com a organização; o reconhecimento dos custos de abandonar a organização e, ainda, o sentimento de obrigação moral de permanecer na organização (Allen & Meyer, 1990). Neste sentido, optei nesta investigação por adotar a definição apresentada por Meyer & Allen (1997), uma vez que o modelo dos autores é amplamente reconhecido e suportado empiricamente, com ampla aplicabilidade em múltiplos contextos culturais. Segundo os autores, o compromisso organizacional representa um estado psicológico que caracteriza a relação que o trabalhador tem com a organização, assim como, a implicação desta na decisão do trabalhador continuar como parte integrante da organização. Nomeadamente, a existência de compromisso organizacional caracteriza-se pela forte crença e identificação com os valores e objetivos da organização, forte motivação para realizar esforços em benefício da organização e, ainda, desejo de continuar ligado à organização. Os autores propuseram um modelo tridimensional, o Modelo dos Três Componentes do Compromisso Organizacional, a partir do qual conceptualizaram o compromisso organizacional como resultante de três componentes distintas, afetiva, de continuidade e normativa, que determinam a natureza da relação estabelecida entre trabalhador e empresa e contribuem, simultaneamente, para a decisão de continuar ou abandonar a empresa (Allen e Mayer, 1990, 1996; Meyer &

Allen, 1991). A componente afetiva remete para a relação de natureza emocional que se estabelece entre o trabalhador e a empresa, bem como a respetiva identificação com a mesma e posterior envolvimento. Se o trabalhador apresentar fortes níveis de compromisso afetivo, este permanecerá na organização por livre vontade (Meyer & Allen, 1991). A componente de continuidade refere-se à ligação do indivíduo com a organização e baseia-se na consciência dos custos da sua saída, i.e., uma avaliação custo-benefício, que leva muitas vezes à permanência do trabalhador na organização por sentir a necessidade de o fazer. Assim, pressupõe-se uma atitude face à organização que tem por base a conceção de uma troca, ou seja, o trabalhador investe pessoalmente na empresa, mas somente na expectativa de obter um retorno (Meyer & Allen, 1991). Por último, a componente normativa remete para o sentimento de obrigação moral do trabalhador face à empresa. Não se trata aqui de uma questão de necessidade ou obrigação, mas antes um aspeto interno, que remete para a moralidade individual (Meyer & Allen, 1991). Neste estudo, é utilizada a componente afetiva do compromisso organizacional, visto ser a mais relacionada com o bem-estar geral dos trabalhadores.

De acordo com a literatura, e no caso destes trabalhadores temporários, a teoria da troca social assume um carácter relevante na explicação da relação entre o POS e o compromisso, tanto com a agência de trabalho temporário, como com a empresa cliente (Liden, Wayne, Kraimer, & Sparrowe, 2003). Como a sua relação é dupla, este tipo de trabalhadores podem experienciar apoio organizacional de ambas as partes. Deste modo, podem aumentar o seu compromisso tanto para com a agência, como para a empresa cliente, caso percecionem apoio por parte da organização. Liden e colaboradores (2003) demonstram ainda, que os trabalhadores temporários, não só exibem compromisso para com as duas empresas (agência e cliente) como também demonstram que o POS está positivamente relacionado com o compromisso organizacional no seu todo. Pressupõe-se, desta forma, que trabalhadores que experienciam maior apoio percebido, quer da parte da agência, quer da parte do cliente, reportem uma ligação emocionalmente mais forte para com as respetivas entidades. De acordo com Cropanzano & Mitchell (2005), os trabalhadores que conseguem distinguir de que fonte provém o apoio, irão compensar a organização que lhe fornece este apoio.

2.3. Compromisso Afetivo

Não obstante constituir uma dimensão que integra o conceito geral de Compromisso Organizacional, interessa aos propósitos desta dissertação explorar as nuances e particularidades do constructo Compromisso Afetivo. O mesmo remete, nas palavras de Mowday, Steers & Porter (1979) à intensidade da identificação e do envolvimento do indivíduo com a organização, bem como à própria identificação com os valores organizacionais. Consequentemente, os trabalhadores parecem procurar orientar o seu comportamento, valores e objetivos de acordo com aqueles que lhes são apresentados pela organização (Beck & Wilson, 2000), o que por sua vez promove a própria sustentabilidade da organização. O processo de desenvolvimento do CA parece basear-se num conjunto de mecanismos de trocas sociais, que contribuem para a criação de um ciclo virtuoso de atitudes e comportamentos que, com o passar do tempo, reforçam o compromisso para com a organização (Meyer & Allen, 1991; Mowday et al., 1979).

Independentemente dos fatores individuais que poderão ser valorizados de forma subjetiva por cada indivíduo, poderá ser dito que experiências organizacionais positivas contribuem para a promoção do sentimento de compromisso para com a organização (Beck & Wilson, 2000). Não obstante ser comum encontrar na literatura a proposta de que o compromisso tenderá a aumentar com o tempo, múltiplos estudos correlacionais têm vindo a colocar esta questão sobre debate. Nomeadamente, devido às mudanças educacionais que se verificam na população geral, bem como às alterações sentidas no conceito de trabalho e no próprio mercado, com maior facilidade para o despedimento, *outsourcing* e o recurso a trabalhadores temporários, é possível que esta relação não se verifique. Em particular, investigações conduzidas por Lee, Asford, Walsh & Mowday (1992) demonstraram que após um decréscimo inicial no nível de CA motivado pelo choque inicial do início das funções, os níveis de CA tendem a aumentar até um período máximo de 30 meses. Contudo, após o período referido, e com o aumento da experiência, os níveis de CA parecem retomar uma direção descendente.

2.4. Bem-estar e Satisfação Geral com a Vida

O bem-estar psicológico é um conceito complexo, multidimensional e com diferentes definições. De acordo com o modelo de Warr (1987), este desenvolve cinco dimensões de saúde mental, que permite o desenvolvimento e operacionalização do bem-estar geral, dando ênfase ao bem-estar subjetivo e ao bem-estar psicológico. O termo bem-estar subjetivo advém essencialmente da perspectiva hedónica de bem-estar (Ryan & Deci, 2001). Esta diz respeito à visão do bem-estar como resultado da obtenção de satisfação, prazer e conforto (Ryan & Huta, 2009) e, da experiência subjetiva de felicidade (Ryan & Deci, 2001). Outros autores defendem um Modelo Tripartido do Bem-estar (McCullough, Huebner e Laughlin, 2000), constituído por três componentes, a satisfação com a vida em geral, o afeto positivo e o afeto negativo, que apesar de inter-relacionados devem ser considerados isoladamente. Assim, enquanto a satisfação com a vida é definida como uma avaliação cognitiva da vida como um todo, o afeto positivo é referente à frequência de emoções positivas (como o contentamento) e o afeto negativo à frequência de emoções negativas (como a ansiedade).

Segundo Diener (2000), o bem-estar subjetivo refere-se às avaliações que os indivíduos fazem das suas vidas, quer na dimensão afetiva, quer na dimensão cognitiva. A primeira dimensão, relacionada com a felicidade e de natureza mais emocional, representa a avaliação de cada indivíduo relativamente às suas experiências emocionais positivas (afeto positivo) e negativas (afeto negativo). As principais emoções positivas são o contentamento, o orgulho, a felicidade, o encantamento, a alegria e a afeição, enquanto que as emoções negativas mais estudadas são a depressão, o stresse, a ansiedade, a inveja, a tristeza, a culpa e a vergonha (Novo, 2003). Por outro lado, a dimensão cognitiva, é constituída pelos juízos avaliativos em relação à satisfação com a própria vida. Assim, quando se refere ao bem-estar subjetivo quer dizer que a pessoa está a experienciar satisfação com a vida, onde as emoções positivas são frequentes, ao contrário das emoções negativas que são menos frequentes. Portanto, Diener e McGavran (2008), afirmam que o bem-estar subjetivo reflete o balanço de emoções positivas relativamente a emoções negativas, e a avaliação cognitiva da vida do indivíduo.

Realçando a variável em estudo – a satisfação geral com a vida –, esta diz respeito à componente cognitiva do bem-estar subjetivo. Esta componente refere-se ao julgamento

que um indivíduo faz sobre a própria vida (Keyes, Shmotkin & Ryff, 2002), sendo que a avaliação da satisfação está dependente da comparação das circunstâncias de vida que a pessoa tem com o que é por ela considerado desejado ou adequado (Diener, Emmons, Larsen & Griffin, 1985). A satisfação com a vida é um processo de julgamento cognitivo dependente de uma comparação das circunstâncias do próprio, com o que ele acredita ser um padrão adequado (Diener, 1984). Assim, quanto menos discrepância houver entre a percepção das realizações na vida da pessoa e o seu padrão de referência, maior será a sua satisfação com a vida.

A escolha da variável *satisfação com a vida* como indicadora de bem-estar prende-se com um conjunto concreto de razões. Em primeiro lugar, reflete uma dimensão que depende do julgamento subjetivo de cada um e da comparação que o indivíduo faz com o seu próprio modelo, não sendo por isso externamente imposta. Em seguida, reflete a experiência individual de cada um, como tal é centrada nas inclinações e julgamentos do indivíduo e não em questões que o investigador possa considerar relevante (Diener, 1984). Adicionalmente, diversos investigadores consideram que é o indicador-chave do bem-estar (Ryff & Keyes, 1995). Por último, Pavot e Diener (1993) referem que as reações afetivas (dimensão afetiva do bem-estar) refletem frequentemente respostas curtas e imediatas a fatores também eles imediatos, enquanto que o recurso à variável *satisfação com a vida* traduz antes uma perspetiva de longo-termo, que remete para valores e objetivos concretos e conscientemente definidos, independentes das flutuações emocionais e dos estados fisiológicos e corporais. Nesse sentido, consideramos uma medida mais fidedigna de reporte.

Por ser uma variável subjetiva, existem múltiplos fatores que podem influenciar a satisfação com a vida, por exemplo, na área laboral, níveis mais altos de satisfação com a vida estão naturalmente associados à importância da realização do trabalho, com ênfase a um elevado nível de valorização pelo trabalho realizado (Hofer, Busch e Kiessling, 2008). Deste modo é importante realçar a ligação da vida no trabalho com a vida de um modo geral, nomeadamente na satisfação com a vida.

De acordo com os resultados de estudos já realizados neste âmbito, a ligação entre o POS e a satisfação com a vida encontra-se relacionada. De salientar que o POS desempenha um papel crucial na promoção de bem-estar (Chambel, Sobral, Espada & Curral, 2015). Ademais, facilita a redução do *burnout*, tem um papel de satisfazer as

necessidades socio-emocionais (Eisenberger & Stinglhamber, 2011), e aumenta o bem-estar dos trabalhadores, o que contribui para a melhoria do desempenho laboral e da sua participação na organização. Portanto, ao perceber o POS, os trabalhadores sentem níveis de bem-estar mais elevados, existindo assim, uma relação significativa positiva entre o bem-estar subjetivo e o POS (Batir & Bayramlik, 2015), sendo o POS um preditor importante do bem-estar. Quando a organização valoriza a contribuição dos seus colaboradores e se importa com o seu bem-estar, a percepção de apoio dos colaboradores aumenta, o que tem um impacto positivo no seu bem-estar, o que se traduz em mais sentimentos positivos, menos sentimentos negativos e maior satisfação com a vida. É através destes elementos que o bem-estar é promovido pelo POS.

2.5. Relação entre o POS e o Compromisso Afetivo

A relação entre POS e Compromisso Afetivo é comumente referida na literatura (Meyer & Allen, 1997; Lee & Peccei, 2007). Contudo, não parece ser possível chegar a um consenso relativo à natureza desta mesma ligação. Nesse sentido, existem sobretudo duas teorias que procuram explicar o fenómeno e que se centram nos aspetos de reciprocidade e troca social ou da satisfação das necessidades básicas. Em primeiro lugar, no que diz respeito ao foco da reciprocidade e troca social, os autores referem que os trabalhadores que se sentem valorizados pela sua organização, tendem a apresentar um maior sentimento de obrigação face à mesma, dessa forma tendendo a apresentar comportamentos recíprocos para com esta, sob a forma de maior lealdade ou compromisso (Lee & Peccei, 2007). Por outro lado, a perspetiva centrada na satisfação das necessidades emocionais postula que todos os trabalhadores apresentam necessidades comuns, tais como validação, autoestima e afiliação e, portanto, quando sentem que a organização é capaz de as satisfazer, apresentam níveis superiores de identificação e ligação à organização (Eisenberger et al., 1986; Lee & Peccei, 2007). Não obstante, ambas as perspetivas partem do pressuposto que Levinson (1965) descreve como a atribuição de características humanas à própria organização, i.e., ao sentirem-se cuidados, respeitados e valorizados, existe uma maior tendência para procurar reciprocidade ao comportamento da organização (Eisenberger et al., 1986; Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, Lynch & Rhoades, 2001). Assim, o suporte organizacional parece aumentar

o CA na medida em que o trabalhador experiencia um sentimento de obrigação para com a organização, no sentido de a cuidar e identificando-se mais fortemente com a mesma. Não obstante, para que tal se verifique, Eisenberger et al. (1986) refere que o trabalhador necessita de sentir que o suporte oferecido pela organização ocorre de forma espontânea e voluntária. Assim, o comportamento cuidador da organização parece criar no trabalhador um sentimento de obrigação que contribui para o aumento de CA.

Noutra direção, a teoria da satisfação das necessidades emocionais, por parte da organização, sentidas pelos trabalhadores, nomeadamente aspetos como valorização, autoestima e afiliação, permitem que o trabalhador adote valores e aspetos identitários da organização na sua própria identidade, desta forma desenvolvendo uma vinculação emocional positiva à própria organização (Eisenberger et al., 1986; Rhoades & Eisenberger, 2002). Desta forma, a experiência da satisfação das necessidades emocionais dos trabalhadores por parte de uma organização personificada, i.e., que assume características humanas na mente do trabalhador, cria um poderoso efeito psicológico de satisfação e preenchimento que conduz ao desenvolvimento e fortalecimento do CA (Beck & Wilson, 2000). Naturalmente, tal como referem Eisenberg et al. (2001), a associação repetida e frequente da experiência de satisfação psicológica com a própria organização, potencia a criação de um elo emocional mais forte com esta que se fortifica de forma preferencialmente inconsciente (Meyer & Allen, 1997). Não obstante o apresentado, a investigação desenvolvida por Eisenberger e colaboradores (2001) parece demonstrar que ambas as perspetivas acima mencionadas se complementam, no sentido de criar um maior sentimento de CA junto do trabalhador, i.e., por um lado, o suporte organizacional parece fomentar o sentimento de obrigação do trabalhador para com a organização, o que conduz a um ciclo virtuoso de comportamentos prósociais e ao alinhar dos valores e objetivos pessoais com os da organização; por outro lado, a experiência da organização como uma entidade personificada e satisfatória das necessidades emocionais individuais, promove a integração de aspetos fundamentais da identidade da organização na própria identidade do trabalhador, fomentando uma ligação emocional mais forte para com a organização.

Tendo como base os estudos realizados anteriormente, esta investigação pretende analisar se o POS está relacionado com o Compromisso Afetivo na relação dupla dos TAW, criando assim, as seguintes hipóteses:

Hipótese 1a: O apoio organizacional por parte da agência está positivamente relacionado com o compromisso afetivo por parte da agência dos TAW.

Hipótese 1b: O apoio organizacional por parte da empresa cliente está positivamente relacionado com o compromisso afetivo por parte da empresa cliente dos TAW.

2.6. Relação entre o POS e a Satisfação com a Vida

Encontra-se amplamente descrito na literatura a descrição de uma relação positiva entre POS e bem-estar (Avey, Luthans, Smith & Palmer, 2010; Roemer & Harris, 2018). Não obstante, são poucos os estudos que centram o seu olhar sob POS e a satisfação com a vida. No entanto, uma vez que a satisfação com a vida é uma dimensão que compõe o próprio conceito de bem-estar e bem-estar subjetivo, podemos extrapolar que POS se encontra positivamente relacionado com a satisfação com a vida (Caesens, Stinglhamber & Ohana, 2016). Isto porque, devido à teoria da troca social, acredita-se que a percepção do apoio da organização promove comportamentos e atitudes de reciprocidade junto dos trabalhadores. Tal, parece beneficiar não somente a organização, mas também os próprios indivíduos (Roemer & Harris, 2018). Nomeadamente, recentes investigações têm demonstrado frequentemente que níveis mais elevados de POS se relacionam positivamente com o bem-estar dos trabalhadores, dentro e fora do trabalho; com a experiência de afeto positivo direcionado à organização e consequente compromisso afetivo, o que em seu turno, contribui para a experiência de maior satisfação com a vida (Panaccio & Vandenberghe, 2009; Kurtessis et al., 2015, citado por Roemer & Harris, 2018). Eisenberger e colaboradores (2001) acrescentam igualmente que maiores níveis de POS refletem, de acordo com a teoria da satisfação das necessidades emocionais, a crença de que a organização será capaz de oferecer suporte e ajuda, quando necessária, dessa forma permitindo que os trabalhadores encarem o futuro com menos dúvidas e receios e uma maior confiança na própria organização.

Outras investigações desenvolvidas, centradas particularmente no apoio percebido recebido diretamente de supervisores, revelou uma relação positiva direta com a percepção de satisfação com a vida (Newman, Nielsen, Smyth & Hooke, 2015), uma vez

que o treino oferecido por um supervisor promove práticas de cuidado, proteção, reconhecimento e valorização do trabalho, e ainda justiça (Han & Altman, 2009).

Desta forma, esta investigação pretende também analisar se o POS está relacionado com a Satisfação com a Vida, na relação dupla dos TAW, nomeando assim, as seguintes hipóteses:

Hipótese 2a: O apoio organizacional por parte da agência está positivamente relacionado com a satisfação geral com a vida dos TAW.

Hipótese 2b: O apoio organizacional por parte da empresa cliente está positivamente relacionado com a satisfação geral com a vida dos TAW.

2.7. Relação entre o Compromisso Afetivo e a Satisfação com a Vida

Meyer e Maltin (2010), demonstram a existência de uma relação positiva entre o compromisso afetivo e diversos índices de bem-estar dos trabalhadores, tais como bem-estar físico, bem-estar psicológico, afeto positivo, autoestima ou ainda satisfação com a vida. A existência de elevados níveis de Compromisso Afetivo é caracterizada por um forte sentimento de orgulho, pertença e desejo de permanência na organização (Meyer & Allen, 1991). Como resultado das experiências positivas de trabalho, estas pessoas sentem maiores níveis de bem-estar, o que fundamenta a forte relação entre compromisso e bem-estar individual (Sloan, 2017). Meyer e Maltin (2010) realçam ainda que, os colaboradores com forte compromisso afetivo com a sua organização, revelam uma maior capacidade de suportar os *stressores* no trabalho, na condição de que estes não prejudiquem diretamente, o compromisso em si e os seus efeitos positivos, i.e., ausência de doença e maior satisfação. Esta relação é sustentada pela Teoria da Autodeterminação (Self-Determination Theory – SDT), que afirma que, as ligações do compromisso com o bem-estar são explicadas, em parte, pelo estatuto social enquanto indicador de preenchimento das necessidades básicas dos colaboradores no contexto de trabalho (Maltin, 2011). Neste sentido, também as investigações desenvolvidas por Meyer e Allen (1997), demonstraram que CA e satisfação com a vida são conjuntamente determinadas e apresentam uma correlação positiva. Particularmente, Kumari & Afroz (2013), num estudo desenvolvido com *managers*, concluíram que aqueles que desempenham um papel

num nível mais elevado da hierarquia empresarial e que apresentam maiores níveis de CA, reportam também níveis mais elevados de satisfação com a vida. Adicionalmente, os mesmos autores propuseram que estes mesmos trabalhadores poderão ver o trabalho desempenhado como significativo para a sua autoimagem, desta forma, procurando nas suas funções preencher as suas necessidades. Assim, quando tal é possível, os autores acreditam que estes indivíduos experienciam níveis mais elevados de satisfação com a vida. Tais afirmações parecem ser coincidentes com o referido por Meyer e Maltin (2010), bem como Judge, Boudreau & Bretz, 1994, citado por Kumari & Afroz, 2013).

2.8. Compromisso Afetivo como mediador da relação entre o POS e a Satisfação com a Vida

Referindo-nos às investigações mencionadas ao longo deste capítulo introdutório desta dissertação, foi possível verificar que é conhecida uma relação positiva entre POS e a Satisfação com a vida, bem como entre Compromisso Afetivo e Satisfação com a Vida. Não obstante, verificámos igualmente que trabalhadores que experienciam maior POS tendem a apresentar um maior CA para com a organização. Neste sentido, acreditamos que o CA possa constituir uma variável mediadora na relação entre POS e Satisfação com a Vida, isto porque, partindo dos pressupostos apresentados referentes à Teoria da Troca Social, acreditamos que a satisfação das necessidades de reconhecimento, validação e autoestima dos trabalhadores por parte da empresa, possam constituir importantes impulsionadores que fortificam o sentimento da qualidade da própria vida. Neste sentido, quando o indivíduo se sente cuidado e atendido pela organização personificada, tende a procurar retribuir estes comportamentos, integrando na sua identidade valores e objetivos da empresa que refletem a obrigação de atingir o bem-estar da organização. Neste sentido, postulamos que um maior POS possa contribuir para uma maior CA e respetiva satisfação com a vida, uma vez que o POS pressupõe um julgamento de aspetos de natureza afetiva e emocional, que constituem importantes elementos da conceptualização de CA (Beck & Wilson, 2000; Meyer & Maltin, 2010). Neste sentido, acreditamos que o trabalhador que vê as suas necessidades serem mais frequente e eficazmente satisfeitas pela empresa, desenvolve um maior vínculo emocional

para com esta (CA), o que por sua vez, promove a própria satisfação geral com a sua vida (Avey et al., 2010; Eisenberger & Stinglhamber., 2011).

Desta forma, o que se pretende, ainda, nesta investigação é perceber se o Compromisso Organizacional Afetivo serve como variável mediadora entre a relação entre o POS e a Satisfação com a Vida, na relação dupla dos TAW. Assim, surgem as seguintes hipóteses:

Hipótese 3a: O Compromisso Afetivo para com a Agência medeia positivamente a relação do POS por parte da Agência na Satisfação Geral com a Vida dos TAW.

Hipótese 3b: O Compromisso Afetivo para com a Empresa Cliente medeia positivamente a relação do POS por parte da Empresa Cliente na Satisfação Geral com a Vida dos TAW.

3. Metodologia

3.1. Amostra e Procedimento

Os dados apresentados neste estudo resultam da aplicação de um questionário aos trabalhadores contratados por várias empresas de trabalho temporário. O questionário foi respondido online e foram garantidos a confidencialidade e o anonimato das respostas e explicados os principais objetivos do estudo.

A amostra obtida para o presente estudo, contou com a participação de 3857 trabalhadores temporários. No que se refere ao género dos participantes, a amostra estava equilibrada, sendo que 53,3% são do sexo feminino e 46,6 do sexo masculino. A idade média dos trabalhadores temporários é de 31 anos. Em relação às habilitações, a maioria tinha frequência universitária (31,1%), 20,4% tinha concluído o secundário e 17,4% tinham licenciatura. Do total da amostra, 21,9% trabalha com a Agência de Trabalho Temporário há menos de 3 meses, 20,5% entre 3 e 5 meses, 23,9% entre 6 meses e 1 ano, 30,1% entre 1 e 5 anos, e 3,6% há mais de 5 anos. Por fim, relativamente ao tempo que trabalham com a Empresa Cliente, uma parte significativa dos trabalhadores trabalha até há 6 meses (40,3%), entre os 6 e os 13 meses a percentagem é de 24,1% e 35,2% para os que trabalham há mais de 13 meses.

3.2. Medidas

POS da Agência

Para medir o *POS da Agência* foi utilizada a versão reduzida de 8 itens (i.e., *a empresa preocupa-se com as minhas opiniões*), da escala *Perceived Organizational Support Survey*, desenvolvida por Eisenberger e colaboradores (1986). Os participantes responderam aos itens através de uma escala de *Likert* de sete pontos, desde 1-*Discordo Totalmente* a 7-*Concordo Totalmente*. Para o cálculo da consistência interna da variável foram invertidos os valores de 2 itens, uma vez que os mesmos se encontravam formulados negativamente, tendo-se obtido uma consistência interna (Alpha de Cronbach) de $\alpha=0.84$.

POS da Empresa Cliente

Para medir o *POS da Empresa Cliente* foi utilizada a mesma escala abreviada de Eisenberger e colaboradores (1986). Os 8 itens são idênticos aos da escala usada para medir o POS da Agência, excetuando a referência ao nome da empresa cliente, de forma a que se possa distinguir os dois POS. Esta variável contou com $\alpha=0.87$.

Compromisso Afetivo da Agência

Para a análise desta variável foi utilizada uma tradução do instrumento *Organizational Commitment Scale* (Meyer, Allen & Smith, 1993) de Chambel e Sobral (2011). O instrumento analisa três dimensões, sendo elas o compromisso afetivo, o compromisso de continuidade e o compromisso normativo. Para este estudo apenas foi utilizada a dimensão do compromisso afetivo, constituída por seis itens (i.e., *ficaria muito contente se passasse o resto da minha carreira nesta organização*) respondidos através de uma escala de *Likert* de sete pontos, que variam entre 1-*Discordo Totalmente* e 7-*Concordo Totalmente*. Para o cálculo da consistência interna da variável foram invertidos os valores de 3 itens, uma vez que os mesmos se encontravam formulados negativamente. Relativamente ao índice de consistência interna, este mostra ser bastante adequado, com um $\alpha = 0.90$.

Compromisso Afetivo da Empresa Cliente

Para a análise desta variável procedeu-se à aplicação do instrumento utilizado no CA Afetivo, sendo que houve alteração apenas em relação ao nome da empresa cliente, em comparação ao nome da agência. Esta variável contou também com $\alpha = 0.90$.

Satisfação Geral com a Vida

Para analisar esta variável foram utilizados os 5 itens (“De muitas formas a minha vida está próxima do meu ideal”, “As minhas condições de vida são excelentes, “Estou satisfeito com a minha vida”, “Até agora tenho conseguido as coisas importantes que eu quero na vida”, “Se pudesse viver a minha vida novamente, não mudaria quase nada”.) da escala de Diener e colaboradores (1985). As respostas foram extraídas a partir de uma escala de *Likert* de sete pontos, desde 1- *Discordo Totalmente* e 7- *Concordo Totalmente*. Quanto mais elevada for a avaliação feita pelo indivíduo, maior será a sua satisfação geral com a vida. Em relação ao valor de consistência interna, este foi de $\alpha = 0.90$.

3.3. Análise de Dados

O programa estatístico utilizado para a análise estatística dos dados foi o IBM *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) e o programa SPSS AMOS. Inicialmente, fez-se a primeira análise estatística, através do programa AMOS, a Análise Fatorial Confirmatória, de modo a testar o modelo de medida que foi criado com as variáveis latentes (i.e., POS da Agência, POS da Empresa Cliente, CA da Agência, CA da Empresa Cliente e Satisfação Geral com a Vida). Seguidamente, comparou-se o Modelo de Medida com o Modelo de um só fator (uma variável latente). No SPSS elaborou-se a caracterização da amostra e calcularam-se os valores médios, as correlações de *Pearson* e os índices de consistência interna (alphas de Cronbach) para as variáveis em estudo. Posteriormente, para realizar o teste de hipóteses, utilizou-se a metodologia de análise dos Modelos de Equações Estruturais (SEM), começando por testar o Modelo dos Efeitos Diretos e depois, apenas quando esse efeito é significativo estabelecendo condições para a mediação, testar o Modelo Mediado. Assim, para testar as hipóteses anteriormente

expostas, criou-se e analisou-se o Modelo de Mediação Total e Modelo de Mediação Parcial.

4.Resultados

4.1. Análise Fatorial Confirmatória

Com o objetivo inicial de testar a validade do Modelo de Medida deste estudo realizou-se a análise fatorial confirmatória, verificando se as respostas recolhidas se enquadram no modelo proposto. O Modelo de Medida é composto por cinco variáveis: POS da Agência, POS da Empresa Cliente, CA da Agência, CA da Empresa Cliente e Satisfação Geral com a Vida. Este modelo apresentou índices de ajustamento adequados (χ^2 (471) = 7859.84, $p < .01$; IFI = .92; CFI = .92; RMSEA = .06). Com o objetivo de testar a hipótese de erro do método comum, confrontou-se o modelo teórico com o modelo de um fator verificando-se que os índices de ajustamento são desadequados (χ^2 (495) = 48911.50, $p < .01$; IFI = .50; CFI = .50; RMSEA = .16). Adicionalmente, é possível verificar que o qui-quadrado do modelo de um fator é significativamente superior ao modelo teórico, sendo a diferença entre os dois modelos significativa ($\Delta\chi^2$ (24) = 41051.66, $p < .01$) (ver tabela 1). Deste modo, o modelo de medida é aquele que melhor se ajusta aos dados, sendo estes melhor explicados quando se analisam as cinco variáveis em estudo como constructos teóricos diferenciados.

Tabela 1. Análise Fatorial Confirmatória

Modelos	χ^2	$\Delta\chi^2$	IFI	CFI	RMSEA
Modelo de Medida	χ^2 (471)=7859.84**		.92	.92	.06
Modelo de 1 Fator	χ^2 (495)=48911.50	Comparação com o Modelo de Medida χ^2 (24)=41051.66	.50	.50	.16

Nota: ** $p < .01$

4.2. Valores Médio, Desvio-Padrão e Correlações entre as Variáveis em Estudo

As médias, desvios padrão e correlações entre as variáveis estudadas são apresentadas na Tabela 2. Com base nos valores médios obtidos, observamos que os trabalhadores percebem de forma ligeiramente positiva o Apoio Organizacional, sendo que em relação ao POS da Agência ($M = 3.94$) e ao POS da Empresa Cliente ($M = 4.17$), os participantes escolheram em média a resposta *Não concordo nem discordo*. No que toca ao Compromisso Afetivo, os trabalhadores sentem-se ligeiramente ligados à organização de forma afetiva, onde os valores de CA da Agência ($M = 3.93$) e CA da Empresa Cliente ($M = 4.54$) se situam aproximadamente em 4 numa escala de *Likert* de 7 pontos. É de salientar que a relação dos trabalhadores temporários com a Empresa Cliente, tanto do POS como do CA, obtém em média, valores mais elevados, isto significa que os trabalhadores percebem maior apoio e sentem maior ligação emocional para a Empresa onde prestam os seus serviços. No que concerne à Satisfação com a Vida, a resposta dos trabalhadores indica que esta é moderada ($M = 3.73$, onde o 3 equivale a *Nem concordo nem discordo*).

Através da análise de correlações, é possível observar que todas as variáveis se correlacionam significativamente entre si ($p < .01$). A variável POS da Agência correlaciona-se positivamente com o POS da Empresa Cliente ($r = .63$, $p < .01$), com o CA da Agência ($r = .60$, $p < .01$), com o CA da Empresa Cliente ($r = .45$, $p < .01$) e com a Satisfação com a Vida ($r = .36$, $p < .01$). No que toca à variável POS da Empresa Cliente, esta correlaciona-se positivamente com o CA da Agência ($r = .45$, $p < .01$), com o CA da Empresa Cliente ($r = .61$, $p < .01$) e com a Satisfação com a Vida ($r = .42$, $p < .01$). A variável CA da Agência, por sua vez, correlaciona-se positivamente com o CA da Empresa Cliente ($r = .53$, $p < .01$) e com a Satisfação com a Vida ($r = .31$, $p < .01$). Verificou-se ainda uma correlação positiva entre o CA da Empresa Cliente com a Satisfação com a Vida ($r = .36$, $p < .01$).

Tabela 2. Média, Desvio-Padrão (DP) e Correlações (r) entre as Variáveis em Estudo

	Média	DP	r			
			1	2	3	4
1.POS da Agência	3.94	1.12				
2.POS da Empresa Cliente	4.17	1.25	.63**			
3.CA da Agência	3.93	1.54	.60**	.45**		
4.CA da Empresa Cliente	4.54	1.50	.45**	.61**	.53**	
5.Satisfação com a Vida	3.73	1.50	.36**	.42**	.31**	.36**

Nota: ** $p < .01$

4.3. Modelo de Equações Estruturais (MEE)

A fim de testar as hipóteses do presente estudo, recorreu-se ao MEE. Numa primeira fase foi testado o Modelo de Efeitos Diretos, no qual se consideraram as relações entre a variável POS da Agência e da Empresa Cliente com a Satisfação com a Vida, sem se estabelecer qualquer ligação com a variável mediadora – Compromisso afetivo da Agência e da Empresa Cliente. Como podemos ver, este modelo obteve índices de ajustamento aceitáveis ($\chi^2 (479) = 13187.64$, $p < .01$, IFI = .87, CFI = .87, RMSEA = .08), revelou que o POS por parte da Agência tem uma relação direta e positiva na Satisfação com a Vida ($\beta = .14$, $p < .01$), existindo também uma relação direta e positiva entre o POS por parte da Empresa Cliente e a Satisfação com a Vida ($\beta = .31$, $p < .01$). Deste modo, as hipóteses 2a e 2b são suportadas.

No sentido de testar as hipóteses de mediação, calculou-se o Modelo de Mediação Total que evidenciou um ajustamento dos dados aceitável ($\chi^2 (479) = 22764.90$, $p < .01$, IFI = .87, CFI = .87, RMSEA = .11). Posteriormente, foi calculado o Modelo de Mediação Parcial, que se diferencia do anterior pois este adiciona uma ligação direta entre as variáveis, tendo também este apresentado índices de ajustamento adequados ($\chi^2 (475) = 10466.43$, $p < .01$, IFI = .90, CFI = .90, RMSEA = .07). Na comparação entre os dois

modelos, constatou-se que o Modelo de Mediação Parcial demonstrava um melhor ajuste aos dados, em contraste com o Modelo de Mediação Total ($\Delta\chi^2(4) = 12298.47$, $p < .001$). Desta forma, considerámos como modelo final o Modelo de Mediação Parcial.

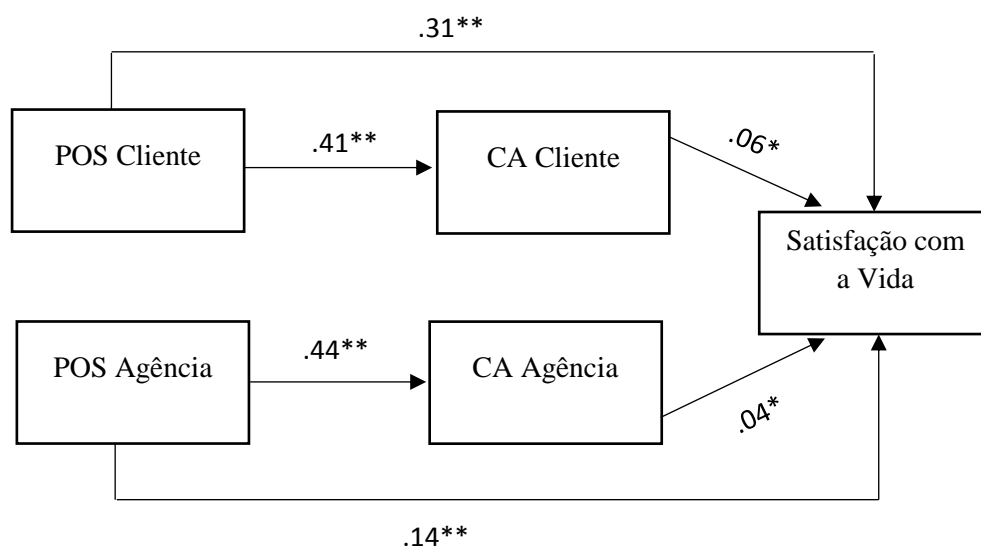
Tabela 3. Modelo de Equações Estruturais Modelos

Modelos	χ^2	$\Delta\chi^2$	IFI	CFI	RMSEA
Modelo Mediação Total	χ^2 (479)=22764.90**		.87	.87	.11
Modelo Mediação Parcial	χ^2 (475)=10466.43**	Comparação com o Modelo de Mediação Total χ^2 (4)=12298.47	.90	.90	.07

Nota: ** $p < .01$

No que diz respeito a relação entre as variáveis POS Agência e CA Agência, esta revelou-se positiva e significativa ($\beta = .44$, $p < .01$), suportando desta forma a hipótese 1a. Observou-se também, uma relação positiva e significativa entre CA Agência e a Satisfação com a Vida ($\beta = .04$, $p < .05$). Como a relação direta entre o POS da Agência e a Satisfação com a Vida é também significativa ($\beta = .14$, $p < .01$), podemos dizer que, com este conjunto de resultados, estamos perante uma mediação parcial, suportando assim a hipótese 3a. No mesmo sentido, a relação entre as variáveis POS Cliente e CA Cliente, revelou-se positiva e significativa ($\beta = .41$, $p < .01$), suportando desta forma a hipótese 1b. Observou-se também, uma relação positiva e significativa entre o CA Cliente e a Satisfação com a Vida ($\beta = .06$, $p < .05$). Sendo positiva e significativa a relação direta entre o POS Cliente e a Satisfação com a Vida ($\beta = .31$, $p < .01$), podemos afirmar que existe uma relação mediadora, suportando a hipótese 3b.

Figura 1. Modelo de Mediação Parcial (coeficientes estandardizados)



Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$

5. Discussão

O presente estudo visou suprimir uma carência identificada na literatura quanto à ausência de investigações que explorassem a dupla relação entre POS e CA e a respectiva relação com o bem-estar geral dos TAW, medido através do recurso a uma medida de Satisfação Geral com a Vida.

O primeiro conjunto de hipóteses visava a existência de uma relação positiva entre POS Agência e CA Agência, bem como entre POS Empresa Cliente e CA Empresa Cliente. Estas hipóteses foram suportadas pois observamos que a relação entre POS Agência e CA Agência revelou-se como sendo positiva e significativa, bem como entre POS Empresa Cliente e CA Cliente. Tais resultados são congruentes com o que é comumente reportado na literatura (Meyer & Allen, 1997; Lee & Peccei, 2007). De acordo com a teoria da troca social, os TAW parecem efetivamente perceber duas relações de suporte organizacional, quer com a Agência, quer com a Empresa Cliente, estabelecendo respectivas relações afetivas e de identificação com ambas. Neste sentido, os nossos dados apontam no sentido de uma relação dupla e bidirecional, que revelam o

estabelecimento de um compromisso com ambas organizações (Liden et al., 2003), bem como de favorecimento da organização de onde esse apoio é mais facilmente percebido (Cropanzano & Mitchell, 2005). À semelhança do referido por Eisenberg e colaboradores (2001), poderemos teorizar que a experiência repetida de satisfação psicológica de necessidades dentro da própria organização (Agência e/ou Cliente) promove a criação de um elo emocional mais forte, que acentua o compromisso afetivo inconsciente com a mesma (Meyer & Allen, 1997). O ciclo virtuoso acima mencionado, que principia na percepção do suporte organizacional e se vê refletido no adotar de comportamentos prosociais por parte dos TAW, alia-se à percepção personificada da organização com uma entidade cuidadora e satisfatória, que promove o alinhamento da identidade individual do TAW com a identidade da empresa, ainda que este efeito se faça sentir de forma moderada.

O segundo conjunto de hipóteses, derivado do modelo de ajustamento considerado, pressupõe a existência de uma relação positiva entre POS Agência e Satisfação Geral com a Vida, bem como entre POS Cliente e Satisfação Geral com a Vida. Os resultados obtidos parecem seguir a linha de que POS e o conceito multidimensional bem-estar se encontram positivamente relacionados (Avey et al., 2010; Roemer & Harris, 2018). Mais ainda, a relação entre POS e bem-estar parece extrapolar o próprio contexto profissional, estendendo-se assim, a outras dimensões da vida do trabalhador, i.e., a experiência de afeto positivo e respetivo compromisso para com as organizações às quais o TAW pertence, parece contribuir a experiência de maior satisfação com a vida (Panaccio & Vandenberghe, 2009; Kurtessis et al., 2015, cit. por Roemer & Harris, 2018). Contudo, não poderá ser ignorado que este estudo revelou que a relação entre POS Cliente e Satisfação Geral com a Vida parece ser mais forte do que a relação entre POS Agência e Satisfação Geral com a Vida. Recorrendo uma vez mais à Teoria da Troca Social, importa recuperar a noção de que a percepção do apoio da organização estará diretamente dependente da experiência frequente e continuada da satisfação das necessidades socioemocionais dos TAW (Roemer & Harris, 2018). Para que tal possa suceder, pressupomos a necessidade de uma experiência física concreta, permanente e contextualmente inserida do TAW na organização que, face à natureza da sua condição laboral e contratual, beneficia a Empresa Cliente onde desenvolve a sua atividade profissional. Neste sentido, poderemos supor que é o apoio percebido por parte da empresa onde desenvolve a sua atividade profissional que mais peso tem na avaliação

geral da sua satisfação. Mais ainda, a crença de que a empresa será capaz de oferecer suporte e ajuda quando necessário, que permite encarar o futuro com menos dúvidas e receios, poderá ser mais facilmente fortalecido no contexto em que o indivíduo desenvolve a sua atividade laboral temporária (Eisenberger & Stinglhamber, 2011). Por último, de acordo com Newman e colaboradores (2015) e ainda Han e Altman (2009), o apoio recebido diretamente dos supervisores parece constituir um importante fator de percepção de satisfação com a vida, pois o treino e tutoria oferecido por estes, promove práticas de cuidado, proteção, reconhecimento e valorização do próprio trabalho.

Em seguida, foi objeto de estudo explorar se o CA media positivamente a relação do POS com a Satisfação Geral com a Vida, quer com a Empresa Cliente, quer com a Agência. Uma vez que as relações POS – Satisfação Geral com a Vida e CA – Satisfação Geral com a Vida são ambas significativas e positivas, podemos concluir que nos encontramos perante uma mediação parcial, confirmando as hipóteses previamente estabelecidas. Face ao verificado, e reportando novamente à Teoria das Trocas Sociais, a satisfação das necessidades de reconhecimento, validação e estima dos trabalhadores parecem constituir um importante fator que promove o sentimento de satisfação geral com a vida. Neste sentido, e porque a percepção de suporte da organização complementa uma avaliação de aspetos de natureza afetiva e emocional, por sua vez base do próprio conceito de CA, apraz-nos considerar que o trabalhador, ao perspetivar a organização com uma entidade personificada que adquire características humanas, i.e., que cuida e atende às suas necessidades, procura posteriormente retribuir estes mesmos comportamentos, através da integração de aspetos da identidade organizacional na sua própria identidade e alinhando os seus valores pessoais com os valores da própria empresa (Beck & Wilson, 2000). Neste sentido, parece confirmar-se o que já havíamos anteriormente ditado, o trabalhador que percebe as suas necessidades emocionais como mais frequentemente e amplamente satisfeitas pela organização, desenvolve um maior vínculo emocional para com esta, o que por sua, através do alinhamento de valores e objetivos, e pela criação de um ciclo virtuoso de comportamentos e atitudes recíprocas de cariz prosocial, contribui para uma maior Satisfação Geral com a Vida (Meyer & Maltin, (2010); Avey et al., 2010; Eisenberger et al., 2001).

Não obstante o referido anteriormente, importa ainda sublinhar que o POS (Cliente e Empresa) estabeleceu uma relação positiva com a Satisfação Geral com a Vida significativamente mais forte do que CA. Primeiramente, recuperemos a noção de que a

variável Satisfação Geral com a Vida traduz a componente cognitiva do bem-estar subjetivo. Assim, remete para o julgamento que o indivíduo faz sobre a sua vida, à luz dos seus próprios padrões, objetivos e valores (Keyes et al., 2002; Diener et al., 1985). Neste sentido, a Satisfação Geral com a Vida traduz um processo de ordem cognitiva, a partir do qual o indivíduo compara as suas circunstâncias de vida com o padrão de referência. Pressupomos que o resultado verificado diga respeito à noção de que a percepção do suporte organizacional, ainda que assente na sua componente afetiva e emocional, remete a um julgamento cognitivo que o indivíduo faz face à sua própria situação, aproximando os dois constructos. Isto porque, a percepção da satisfação das necessidades socioemocionais, implica que o indivíduo reflita sobre a continuidade da sua relação para com a organização, e não apenas que traduza reações afetivas curtas e imediatas a fatores também eles dessa mesma natureza, muitas vezes de modo inconsciente, como se verifica à medida que nos aproximamos das dimensões contempladas em CA. Assim, por a variável Satisfação Geral com a Vida remeter a uma perspetiva de longo-termo, que traduz valores e objetivos definidos de forma consciente e independe por parte do trabalhador, e que são relativamente independentes das flutuações emocionais, bem como dos estados fisiológicos e corporais, é possível argumentar que se encontra em linha com o POS (Pavot & Diener, 1993). Mais ainda, poderemos supor que a minimização do receio ao futuro conferida por maiores níveis de POS, bem como a importância dada à realização do trabalho se sobreponha à satisfação obtida pela concretização das necessidades socioemocionais de estima e reconhecimento, que não obstante, surgem igualmente relacionadas com o próprio construto de POS (Eisenberger & Stinglhamber, 2011). Assim, quando considerada a natureza temporária das ligações laborais estabelecidas, é possível deduzir que a satisfação obtida se centre no trabalho desenvolvido mais do que na força da ligação emocional que se apresenta como sendo temporária, à partida (Hofer et al., 2008; Chambel et al., 2015).

Saliente-se ainda, que não obstante o facto de ambos os valores médios registados para POS e CA serem positivos, importa ressaltar que estes se situam muito próximos da neutralidade, tomando em consideração a escala de *Likert* aplicada. Vários fatores poderão ser considerados para a explicação do fenómeno. Em primeiro lugar, acreditamos que este é um fenómeno que não pode ser pensado fora do contexto profissional e social atual. Devido às mudanças registadas no contexto educacional e profissional da população geral, com maior fluidez e vinculações menos extensas entre profissionais e empresas, é

possível que não se reúnam condições ideais para o desenvolvimento de POS e CA face a ambas organizações. Repare-se que nos remetemos neste estudo aos TAW, i.e., indivíduos em situações temporárias, incertas e mutáveis, que poderão inibir o compromisso, a identificação, a ligação emocional que permeia ambas as dimensões em estudo mencionadas (Mowday et al., 1979). Mais ainda, é possível que, à semelhança do verificado por Lee e colaboradores (1992), após o aumento inicial de CA verificado no período máximo de 30 meses, o mesmo venha a diminuir.

Na mesma linha, importa ressaltar que os participantes deste estudo relataram maiores níveis de POS e CA direcionado à Empresa Cliente. Tal facto apraz uma reflexão referente ao fenómeno manifestado. Principiando a nossa análise pelo construto POS, importa recuperar que a Teoria do Suporte Organizacional afirma que a perceção de suporte organizacional é dependente das crenças formadas pelos trabalhadores quanto à valorização que lhes é conferida pela organização e que estas, por sua vez, derivam da prontidão e da qualidade do tratamento recebido (Eisenberger et al., 1986; Rhoades & Eisenberger, 2002). Neste sentido, pressupõe uma troca social entre trabalhador e organização (Blau, 1964). Esta mesma troca assume uma dimensão económica e afetiva, sendo que a segunda, aqui em destaque, deriva da satisfação de necessidades socioemocionais, tais como, o reconhecimento e a estima. Neste sentido, poderá existir uma manifesta diferença no que diz respeito ao estabelecimento de uma relação contratual com a Agência e de uma relação laboral com a Empresa Cliente. Assim, assente na dimensão afetiva dos mecanismos de troca mencionados, e reconhecendo a sua influência no desenvolvimento de CA, é necessário considerar que os aspetos afetivos, emocionais e sociais só poderão desenvolver-se num contexto relacional e de frequência, o que favorece a experiência de um maior POS junto da organização com a qual o TAW estabelece uma relação laboral (Giunchi et al., 2015). Paralelamente, à semelhança do que já havia sido referido, o CA remete a um construto tridimensional que traduz a intensidade da identificação e do envolvimento do indivíduo para com a organização e respetivos valores (Mowday et al., 1979). A análise dos dados recolhidos reflete que os TAW presentes nesta amostra parecem orientar o seu comportamento, valores e objetivos de acordo com a Empresa Cliente mais frequentemente do que com a Agência (Beck & Wilson, 2000). Poderemos supor que, não obstante a existência de uma relação dual, i.e., a possibilidade de estabelecer um CA com ambas as organizações, pesará para o desenvolvimento deste mesmo compromisso a experiência frequente da própria

organização. Pretendendo com isto dizer que, quando um TAW alocado temporariamente a uma organização, o mesmo vê-se confrontado permanentemente com novos valores, objetivos e padrões comportamentais que passam a pautar o seu dia-a-dia profissional e aos quais tenderá, ainda que a sua situação profissional seja temporária, a moldar-se ao que lhe é apresentado pela organização onde desenvolve atividade profissional (Beck & Wilson, 2000). Mais ainda, se tomarmos em consideração os mecanismos de trocas sociais que medeiam o desenvolvimento de CA, poderemos avançar a possibilidade que a criação de um ciclo virtuoso de atitudes e comportamentos que reforçam o próprio compromisso para com a organização estará diretamente dependente do contexto em que o indivíduo desenvolve a sua atividade profissional e mais frequentemente se encontra, neste caso a Empresa Cliente (Meyer & Allen, 1991; Mowday et al., 1982; Liden et al., 2003). Mais ainda, importa ressaltar que um valor médio superior de CA face à Empresa Cliente se fez acompanhar por um valor médio superior de POS face à Empresa Cliente. Tomando em consideração as contribuições de Liden et al. (2003), relembremos que trabalhadores que experienciam maior apoio percebido reportam uma ligação emocional mais intensa para com a organização. Neste sentido, parece existir da parte dos TAW uma tendência para retribuir o apoio percebido (Cropanzano & Mitchell, 2005).

5.1. Limitações e Direções Futuras

A tentativa aqui demonstrada, de procurar complementar as lacunas previamente identificadas na literatura existente sobre a temática, apresentou limitações próprias à exploração de uma área ainda relativamente virgem. À semelhança de qualquer outra investigação, existem obrigatoriamente variáveis que são preteridas em prol de outras que poderão ser consideradas mais relevantes. Neste sentido, aspetos como a dimensão Satisfação Geral com a Vida pressupõe no seu âmago um conjunto vasto de fatores que em muito surpassam a questão laboral, desconhecendo-se o impacto individual que cada uma das dimensões de vida de um sujeito detém sobre o seu próprio juízo de satisfação. Futuramente, consideramos que seria merecedor de exploração a própria noção que o indivíduo tem, i.e., o seu modelo de referência, do que é uma vida satisfatória e, nomeadamente, uma atividade laboral satisfatória para si. Ao focarmo-nos numa medida que traduz um julgamento subjetivo, estamos sujeitos a diferentes conceptualizações do

que significa estar satisfeito com a vida para cada um dos TAW, sem possibilidade de comparação ou homogeneização.

Referências Bibliográficas

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational and organizational psychology*, 63(1), 1-18.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49, 252-276.
- Angle, H., & Perry, J. (1981) An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 26, 1-14.
- Avey, J. B., Luthans, F., Smith, R. M., & Palmer, N. F. (2010). Impact of positive psychological capital on employee well-being over time. *Journal of occupational health psychology*, 15(1), 17.
- Batir, F., & Bayramlik, H. (2015). The Impact of Teachers' Perceptions of Organizational Support on Their Subjective Well-Being Levels. In *International Academic Conference on Management, Economics and Marketing*, 14–20.
- Beck, K., & Wilson, C. (2000). Development of affective organizational commitment: A cross-sequential examination of change with tenure. *Journal of Vocational Behavior*, 56(1), 114-136.
- Benson, J. (1998). Dual commitment: contract workers in Australian manufacturing enterprises. *Journal of Management Studies*, 35(3), 355-375.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Caesens, G., Stinglhamber, F., Demoulin, S., & De Wilde, M. (2017). Perceived organizational support and employees' well-being: the mediating role of

- organizational dehumanization. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 1-14.
- Caesens, G., Stinglhamber, F., & Ohana, M. (2016). Perceived organizational support and well-being: a weekly study. *Journal of Managerial Psychology*, 31(7), 1214-1230.
- Carochinho, J. (1998). *Satisfação no trabalho, compromisso e cultura organizacional: um estudo empírico na banca com base no modelo dos valores contrastantes*.
- Chambel, M. J., Castanheira, F., & Sobral, F. (2014). Temporary agency versus permanent workers: A multigroup analysis of human resource management, work engagement and organizational commitment. *Economic and Industrial Democracy*.
- Chambel, M. J., & Farina, A. (2015). HRM and temporary workers' well-being: a study in Portugal and Brazil. *Cross Cultural Management*, 22 (3), 1 – 18.
- Chambel, M. J., Sobral, F., Espada, M., & Curral, L. (2015). Training, exhaustion, and commitment of temporary agency workers: A test of employability perceptions. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 12(1),15-30.
- Connell, J., & Burgess, J. (2002). In search of flexibility: Implications for temporary agency workers and human resource management. *Australian Bulletin of Labour*, 28 (4), 272 – 283.
- Costa, R., Cogollo, A. & Tavera, A. (2010). *Análise das dimensões do comprometimento organizacional: um estudo de caso em uma empresa de serviços do setor público na regional do Rio de Janeiro*. Documento apresentado no VI congresso nacional de excelência em gestão, Brasil.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological bulletin*, 95(3), 542.
- Diener, E. (2000). Subjective Well-Being – The Science of Happiness and a Proposal for a National Index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43.

- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.
- Diener, M. L., & Diener McGavran, M. B. (2008). What makes people happy?: A developmental approach to the literature on family relationships and well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being*, 347-375. New York, NY, US: Guilford Press.
- Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., & Rhoades, L. (2001). Reciprocation of perceived organizational support. *Journal of applied psychology*, 86(1), 42.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507.
- Eisenberger, R., & Stinglhamber, F. (2011). *Perceived Organizational Support: Fostering enthusiastic and productive employees*. Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Giunchi, M., Chambel, M. J., & Ghislieri C. (2015). Contract moderation effects on temporary agency workers' affective organizational commitment and perceptions of support. *Personnel Review*, 44(1), 22-38.
- Han, Y., & Altman, Y. (2009). Supervisor and subordinate guanxi: A grounded investigation in the People's Republic of China. *Journal of Business Ethics*, 88(1), 91-104.
- Hofer, J., Busch, H., & Kiessling, F. (2008). Individual pathways to life satisfaction: The significance of traits and motives. *Journal of Happiness Studies*, 9(4), 503-520.
- Kalleberg, A. L. (2000). Nonstandard employment relations: Part-time, temporary and contract work. *Annual review of sociology*, 341-365.
- Keyes, C. L., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of personality and social psychology*, 82(6), 1007.

- Kumari, N. & Afroz, N. (2013). The Impact of affective commitment in employees life satisfaction. *Global Journal of Management and Business Research Interdisciplinary*, 13(7).
- Lapalme, M. E., Simard, G. & Tremblay, M. (2011). The influence of psychological contract breach on temporary workers' commitment and behaviors: a multiple agency perspective. *Journal of Business and Psychology*, 26(3), 311-324.
- Lee, J., & Peccei, R. (2007). Perceived organizational support and affective commitment: the mediating role of organization- based self- esteem in the context of job insecurity. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(6), 661-685.
- Lee, T., Asford, S., Walsh, J., & Mowday, R. (1992). Commitment Propensity, Organizational Commitment, and Voluntary Turnover: A Longitudinal Study of Organizational Entry Processes. *Journal of Management*, 18(1).
- Levinson, H. (1965). Reciprocation: The relationship between man and organization. *Administrative Science Quarterly*, 9(4), 370-390.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Kraimer, M. L. & Sparrowe, R. T. (2003). The dual commitments of contingent workers: An examination of contingents' commitment to the agency and the organization. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 609-625.
- Maltin, E. R. (2011). *Workplace Commitment and employee well-Being: A Meta-analysis and study of commitment profiles*. Western University, Canadá.
- McCullough, G., Huebner, E.S., & Laughlin, J.M. (2000). Life events, self-concept, and adolescents' positive subjective well-being. *Psychology in the Schools*, 37, 281-290.
- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.

- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace theory, research, and application*. United States of America: SAGE publications.
- Meyer, J. P. & Maltin, E. R. (2010). Employee commitment and well-being: A critical review, theoretical framework and research agenda. *Journal of vocational behavior*, 77(2), 323- 337.
- Mowday, R. T., Steers, R. M. & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of vocational behavior*, 14(2), 224-247.
- Newman, A., Nielsen, I., Smyth, R., & Hooke, A. (2015). Examining the relationship between workplace support and life satisfaction: The mediating role of job satisfaction. *Social Indicators Research*, 120(3), 769-781.
- Nollen, S. D. (1996). Negative aspects of temporary employment. *Journal of Labor Research*, 17 (4), 567-582.
- Novo, R. (2003). *Para Além da Eudaimonia – O bem-estar psicológico em mulheres na idade adulta avançada. Textos universitários de Ciências Sociais e Humanas*. Coimbra: Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e a Tecnologia.
- Panaccio, A., & Vandenberghe, C. (2009). Perceived organizational support, organizational commitment and psychological well-being: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 75(2), 224-236.
- Pavot, W., & Diener, E. (1993). The affective and cognitive context of self-reported measures of subjective well-being. *Social Indicators Research*, 28(1), 1-20
- Porter, L., & Smith, F. (1970) *The etiology of organizational commitment*. Unpublished paper, University of California, Irvine.
- Rivkin, W., Diestel, S., & Schmidt, K. H. (2016). Which Daily Experiences Can Foster Well-Being at Work? A Diary Study on the Interplay Between Flow Experiences, Affective Commitment, and Self-Control Demands. *Journal of occupational health psychology*, 23(1).

- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: a review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. (2001). Affective commitment to the organization: The contribution of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 86, 825–836.
- Roemer, A., & Harris, C. (2018). Perceived organisational support and well-being: The role of psychological capital as a mediator. *SA Journal of Industrial Psychology*, 44(1), 1-11.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual review of psychology*, 52(1), 141-166.
- Ryan, R. M., & Huta, V. (2009). Wellness as healthy functioning or wellness as happiness: The importance of eudaimonic thinking (response to the Kashdan et al. and Waterman discussion). *The Journal of Positive Psychology*, 4(3), 202-204.
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of personality and social psychology*, 69(4), 719-727.
- Shore, L. M. & Shore, T. H. (1995). *Perceived organizational support and organizational justice*. In R. S. Cropanzano & K. M. Kacmar (Eds.). *Organizational politics, justice, and support: Managing the social climate of the workplace*. Westport, CT: Quorum, 149-164.
- Sloan, M. M. (2017). Gender Differences in commitment to state employment: The Role of coworker relationships. *Public Personnel Management*, 46(2), 170-187.
- Wayne, S. J., Shore, L. M., & Liden, R. C. (1997). Perceived organizational support and leader-member exchange: a social exchange perspective. *Academy of Management Journal*, 40(1), 82-111.
- Warr, P. (1987). *Work, unemployment, and mental health*. Oxford University Press.